

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/statya/114745>

Тип работы: Статья

Предмет: Экономика

-

Региональные проблемы перехода к инновационной экономике [на примере Саратовской области]

Управление инновационной деятельностью предприятия – это целенаправленный процесс, ориентированный на повышение эффективности деятельности предприятия в сфере разработки и применения инноваций. Само понятие «инновация» простыми словами можно определить как нечто новое. Это определение пригодно для бытового понимания, на научном уровне познания следует оперировать более четкой терминологической базой. В настоящее время слово «инновация» можно употреблять и применительно к новому продукту, и к новой технологии, и к новой системе управления, и к новым рынкам сбыта[1].

При этом оно используется в двух основных значениях: как процесс, как результат этого процесса. Если говорить о результате процесса, то под инновацией можно понимать нововведение, нацеленное на усовершенствование деятельности компании, предприятия, фирмы, организации или другого субъекта, обеспечивающее создание новой технологии, товара или услуги. В случае коммерциализации инновации созданная технология, товар или услуга должны быть пригодны для вывода на рынок.

Инновация – это финальный результат инновационной деятельности, который обретает воплощение в виде усовершенствованного или нового технологического процесса, применяемого на практике, усовершенствованного или нового продукта, внедренного на рынок, или нового подхода к социальным услугам[2].

Характеристики инновации как результата: инновация может представлять собой как материальный, так и нематериальный объект – это может быть и продукт, и процесс, и технология, и услуга; инновация может выражаться как в создании чего-то принципиально нового, так и в совершенствовании имеющегося (улучшение потребительских свойств товара, снижение затрат при реализации процесса, повышение эффективности); инновация должна быть применима (пригодна для внедрения), инновация должна приносить результат (экономический, социальный или иной эффект от внедрения).

Если рассматривать инновацию как процесс, то она должна быть ограничена определенными рамками. Эти рамки носят как организационный (фирма-создатель, занимающаяся внедрением организация, использующий разработку потребитель), так и хронологический характер.

Все процессы, с которыми сталкивается человек, происходят во времени. У каждого процесса есть начало, период движения вперед и завершение. Процесс может быть разделен на стадии, представляющие в своей совокупности стадии жизненного цикла – по аналогии с жизнью человека[3].

Под циклом понимают взаимосвязанные явления, процессы, работы, которые образуют законченный круг развития, осуществляемый в течение временного промежутка. Жизненный цикл инновации – это период, на протяжении которого она имеет активную жизненную силу и приносит выгоду (прибыль или иной эффект) производителю или продавцу.

В современной инноватике жизненный цикл представляется как разновидность экономического цикла. По своей длительности жизненный цикл инновации совпадает с продолжительностью инновационного процесса. В нем могут быть выделены следующие стадии: разработка, освоение производства, начало использования[4].

Возможен и другой – более широкий – подход к выделению стадий жизненного цикла продуктовой инновации: создание инновации, внедрение (выход на рынок), рост, зрелость (замедление роста), упадок (снижение объемов продаж). В таком случае в жизненный цикл включаются не только первые этапы практического использования инновации, но и период ее активного распространения и утраты инновационности.

Литература

1. Агеева С.Д. Финансирование инноваций: источники, риски, интересы / С. Д. Агеева // ЭКО : Экономика и организация промышленного производства. – 2019. – № 5. – С.4-5.
2. Алферов Ж.И., Глазьев С.Ю., Львов Д.С./Доклад в РИА «Новости», [http: www.openpost.msk.rij/archive/167/OPP167_3.htm](http://www.openpost.msk.rij/archive/167/OPP167_3.htm)
3. Дабагов А. Инновационный бизнес в России: недекларируемая реальность / А. Дабагов // Российское предпринимательство. – 2019. – № 2. – С. 88-91.
4. Дынкин А.А., Иванова И.И., Грачев М.В. и др. Инновационная экономика / Под ред.: А.А.Дынкина, И.И.Ивановой. М., Наука, 2019. – 124 с.
5. Инновационный менеджмент / [В. Я. Горфинкель и др.]; под ред. В. Я. Горфинкеля, Т. Г. Попадюк. – М. : ЮНИТИ, 2020. – 391 с.
6. Инновационное развитие: экономика, интеллектуальные ресурсы, управление знаниями / [Б. З. Мильнер и др.]; под общ. ред. Б. З. Мильнера. – М. : ИНФРА-М, 2020. – 624 с.
7. Кузык Б.Н. Россия – 2050: стратегия инновационного прорыва / Б.Н.Кузык, Ю.В.Яковец. – 2-е изд., доп. – М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2015. – с. 180.
8. Лукичева Л.И., Салихов М.Р. Подходы к оценке стоимости интеллектуального капитала организаций. // Менеджмент в России и за рубежом. - № 4. - 2017.
9. Маннапов А. Система управления инновационной деятельностью в организации / А. Маннапов // Проблемы теории и практики управления. – 2020. – № 6. – С. 98-104.
10. Межов С.И. Экономика инновационной корпорации: теория и проблемы эффективности : монография / С. И. Межов; Автоном. некоммерч. орг. высш. проф. образования "Алт. акад. экономики и права ". – Барнаул : Изд-во ААЭП, 2019. – 215 с.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/statya/114745>